



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Facultad de Medicina

Escuela Profesional de Nutrición

Relación entre el consumo de alimentos no saludables publicitados en televisión con el sobrepeso y obesidad en escolares de primaria de una institución educativa pública – distrito de Mala 2016

TESIS

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Nutrición

AUTOR

Keyla María PAZ QUISPE

ASESOR

Ivonne Isabel BERNUI LEO

Lima, Perú

2018



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Paz K. Relación entre el consumo de alimentos no saludables publicitados en televisión con el sobrepeso y obesidad en escolares de primaria de una institución educativa pública – distrito de Mala 2016. [Tesis de pregrado]. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Medicina, Escuela Profesional de Nutrición; 2018.



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
(Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA)
FACULTAD DE MEDICINA
Escuela Profesional de Nutrición



"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

ACTA DE EXAMEN DE TITULACIÓN
MODALIDAD DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

9 - R
37 R

Conforme a lo estipulado en el artículo 45 de la Ley Universitaria 30220, el Jurado de Sustentación nombrado por el Comité de Gestión y la Dirección de la Escuela Profesional de Nutrición, conformado por los siguientes Docentes:

Presidente: Mg. Sissy Liliana Espinoza Bernardo - Presidente
Miembros: Lic. Rosa Amelia Bardález Hoyos de Bazán - Miembro
Dra. Doris Hilda Delgado Pérez - Miembro
Asesora: Mg. Ivonne Isabel Bernui Leo

Se reunió en la ciudad de Lima, el día lunes 19 de febrero del 2018, para proceder a evaluar la **Sustentación de Tesis para Optar el Título Profesional de Licenciado en Nutrición** de la bachiller:

Keyla María Paz Quispe

Código de Matricula N° 11010550

Tesis: «RELACIÓN ENTRE EL CONSUMO DE ALIMENTOS NO SALUDABLES PUBLICITADOS EN TELEVISIÓN CON EL SOBREPESO Y OBESIDAD EN ESCOLARES DE PRIMARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PÚBLICA – DISTRITO DE MALA 2016»
(Aprobado con RD N°0006-D-FM-2016)

La mencionada bachiller aprueba el examen de titulación, mediante la modalidad de sustentación de tesis, obteniendo la calificación de:

..... Quince (En letras)

Estando de acuerdo con la presente acta, el Jurado de Sustentación firma en señal de conformidad.

.....
Mg. Sissy Liliana Espinoza Bernardo
Presidente

.....
Lic. Rosa Amelia Bardález Hoyos de Bazán
Miembro

.....
Dra. Doris Hilda Delgado Pérez
Miembro

.....
Mg. Ivonne Isabel Bernui Leo
Asesora



DHDP/desa

DEDICATORIA

Agradezco a Dios por darme fuerzas, perseverancia y sabiduría
A mis padres que siempre están conmigo en todo momento y
son mi mayor motivación.

A mi tía Mirza Paz por su gran apoyo y dedicación, y a toda mi
familia que siempre está ahí conmigo.

AGRADECIMIENTO

Mis agradecimientos a la Mg Ivonne Bernui, por sus asesorías, sus enseñanzas, conocimientos, gran apoyo y paciencia.

A mis padres por apoyarme en todo momento y estar conmigo en cada etapa de mi vida universitaria.

TABLA DE CONTENIDO

Pág.

RESUMEN

I. INTRODUCCION:.....	1
II.- OBJETIVOS:	8
2.1 OBJETIVO GENERAL:	8
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	8
III. MATERIALES Y METODOS	9
3.1.- TIPO DE ESTUDIO:.....	9
3.2.- POBLACIÓN Y MUESTRA	9
3.3.- DEFINICIÓN CONCEPTUAL	11
3.4.- DEFINICIÓN OPERACIONAL DE VARIABLES	12
3.5.- TECNICAS E INSTRUMENTOS.....	13
3.6.- PLAN DE PROCEDIMIENTOS:.....	14
3.7.- ANÁLISIS DE DATOS	15
3.8.- ÈTICA DEL ESTUDIO	16
IV. RESULTADOS	17
V. DISCUSIÒN:	22
VI. CONCLUSIONES:.....	25
VII. RECOMENDACIONES:.....	26
VIII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÀFICAS:	27
ANEXOS.....	31

INDICE DE TABLAS

TABLA 1: Escolares según sexo y por edad Institución Educativa Privada – Mala 2017.....	17
---	----

INDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO 1: Alimentos no saludables con mayor publicidad televisiva Institución Educativa Privada – Mala 2016.....	17
GRAFICO 2: Grupo de Alimentos no saludables publicitados en televisión consumidos por Escolares Institución Educativa Pública Mala 2016.....	18
GRAFICO 3: Frecuencia de consumo de alimentos publicitados en Televisión por grupo de alimentos en escolares de nivel primario Institución Publica Mala 2016.....	19
GRAFICO 4: Escolares por sexo y según estado nutricional Institución Educativa Pública Mala 2016	20
GRAFICO 5: Frecuencia de consumo de alimentos publicitados en Televisión según estado Nutricional en escolares de nivel primario institución Educativa Privada Mala 2016.....	21

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: Consentimiento informado.....	31
ANEXO 2: Encuesta de programas más vistos en televisión.....	33
ANEXO 3: Encuesta de consumo de alimentos.....	34
ANEXO 4: Ficha de datos antropométricos	36
ANEXO 4: Ficha de datos antropométricos	37

RESUMEN

Introducción: La exposición a la publicidad televisiva de alimentos no saludables en los niños constituye un riesgo para el aumento del sobrepeso y obesidad al fomentar consumo de alimentos no saludables. **Objetivo:** Determinar la relación entre el consumo de alimentos publicitado por televisión y la prevalencia del sobrepeso y obesidad en escolares de nivel primaria. **Diseño:** Estudio cuantitativo, descriptivo de asociación cruzada, transversal, observacional y prospectivo. **Lugar:** Institución Educativa Pública N° 21015 Mala, Lima Perú. **Participantes:** escolares de 3º, 4º, 5º y 6º año de primaria. **Intervenciones:** Se aplicó una encuesta, validada por juicio de expertos, a 103 escolares para medir el consumo de alimentos publicitados por los programas de televisión y se determinó su estado nutricional. **Principales medidas de resultados:** Asociación mediante prueba chi – cuadrado entre el consumo de alimentos no saludables publicitados en televisión y sobrepeso y la obesidad. **Resultados:** Los alimentos no saludables más consumidos fueron el grupo de “Gaseosas” y “Galletas”. Más del 60% del total de niños presentaron exceso de peso a diferencia de las niñas. Se encontró asociación significativa entre los alimentos no saludables más vistos y el consumo de alimentos no saludables. **Conclusiones:** Existe relación significativa entre el consumo de alimentos publicitados y el sobrepeso y obesidad en los escolares de nivel primario de una institución educativa pública del distrito de Mala.

Palabras claves: Relación, frecuencia; consumo de alimentos publicitado; prevalencia, sobrepeso, obesidad; alumnos.

ABSTRACT

Introduction: Exposure to television advertising of unhealthy foods in childrens constitutes a risk for the increase of overweight and obesity by encouraging consumption of unhealthy foods. **Objective:** To determine the relationship between food consumption on television and the prevalence of overweight and obesity in primary school students. **Design:** Quantitative, descriptive study of cross, transverse, observational and prospective association. **Place:** Public Educational Institution No. 21015 Mala, Lima Peru. **Participants:** schoolchildren of 3rd, 4th, 5th and 6th grade. **Interventions:** A survey, validated by expert judgment, was applied to 103 children to measure the consumption of foods advertised by television programs. **Main outcome measures:** Association through chi - square test between consumption of unhealthy foods advertised on television and overweight and obesity. **Results:** The most unhealthy foods were the group of "soda" and "cookies". More than 60% of all children had excess weight unlike girls A significant association was found between the consumption of unhealthy foods and the nutritional status. **Conclusions:** There is a significant relationship between the consumption of food products and overweight and obesity in primary school children in a public educational institution in Mala district.

Key words: Relationship, frequency; food consumption prevalence, overweight, obesity; students

I. INTRODUCCION:

La creciente epidemia mundial de la obesidad refleja los cambios que están ocurriendo en las sociedades, la prevalencia de sobrepeso y obesidad infantil sigue aumentando en casi todos los países desarrollados y en muchos países en vías de desarrollo¹, donde el consumo de comida rápida y la publicidad son de alimentos y refrescos azucarados altos en energía y bajos en nutrientes, asimismo la probabilidad de que la obesidad infantil persista en la adultez se estima que se incrementa desde el 20% a los cuatro años de edad.²

Según revisiones realizadas en México por Meléndez (2012), los niños y niñas en la actualidad a diferencia de las generaciones anteriores disponen de mayor poder adquisitivo por lo que se han convertido en un segmento atractivo tanto para fabricantes como anunciantes e influyen en las decisiones de compra de las familias. La industria y los servicios de alimentación gastan en todo el mundo millones de dólares en propaganda en los medios de comunicación en cambio existe una baja oferta, precio alto y escasa publicidad para alimentos saludables³.

Estudios realizados en Venezuela por Tucci (2010) acerca de los efectos de los comerciales en la preferencia y consumo de estos en los niños señala que luego de observar los comerciales emitidos por los programas de televisión los niños tienden a elegir los alimentos de alto valor calórico, altos en grasas, sal o azúcares en lugar de alimentos más nutritivos.

La promoción de alimentos dirigida a ellos está dominada prácticamente por los comerciales de televisión y la gran mayoría de dichos comerciales promueven cereales azucarados, dulces, bocadillos, meriendas, golosinas, bebidas dulces así como también establecimientos de comida rápida⁴.

Estudios realizados por Ureñas (2010) en Costa Rica demostraron que entre mayor tiempo se dedique a ver televisión, se presentará un mayor riesgo de desarrollar obesidad⁵,

Martínez y col (2011) estudiaron la asociación del tiempo de ver televisión y la prevalencia del sobrepeso y la obesidad en niños prescolares en México, se les realizó las mediciones antropométricas a los niños y a los padres se les aplicó una encuesta acerca de los hábitos de sus hijos en relación a la televisión, se encontró que el tiempo dedicado a ver televisión fue de 1 a 2 horas y el 25.8% de los niños de ambos sexos presentaron sobrepeso y obesidad.⁶

Moreno, Toro (2009) en Chile realizaron un estudio acerca de la obesidad y su relación con la publicidad en niños de 6 a 13 años en diferentes escuelas primarias utilizaron encuestas, realizaron entrevistas a profundidad los resultados que obtuvieron fue que muchos de los alimentos mayormente consumidos por los niños son generalmente productos dulces y salados como papas fritas, chocolates, galletas y otros ricos en grasas, azúcar y sal, bebidas, yogurt y comida rápida⁷.

Un estudio llevado a cabo en México por Pérez y cols (2010) evaluó la publicidad relacionada con alimentos transmitida en los canales de televisión, para ello se grabó la transmisión de los programas de un día en la semana y otro el fin de semana asimismo se analizó la duración de los comerciales transmitidos, se demostró que si bien los índices de obesidad y sobrepeso no variaban, al aumentar la edad se presentaba un mayor consumo.⁸

La mayoría de los niños que come frente al televisor suele permanecer sentado después de terminar de comer; según un estudio llevado a cabo en Ohio, Estados Unidos, por Chueca y cols en el 2002 Las familias que tienen una posición socioeconómica más elevada donde los padres vivían juntos y con

mayor grado de escolaridad eran menos propensos a que sus hijos comieran frente el televisor⁹.

La alimentación en edad escolar debe caracterizarse por ser rica en vitaminas, proteínas y minerales las cuales son importantes para su crecimiento y desarrollo. Por otra parte los alimentos industrializados han invadido el mercado actual siendo de preferencia alimentos que contienen un alto contenido de azúcares refinados, ricos en grasas saturadas y con un alto contenido de sal, frente a esto los niños resultan ser el grupo más vulnerable ya que poseen una limitada comprensión del mundo y no necesariamente distinguen y entienden de modo cabal la publicidad y su naturaleza, sus malos hábitos así como la ingesta de comida no saludables contribuye al sobrepeso y obesidad; en el año 2008 Gonzales realizó un estudio acerca de la publicidad dirigida a los niños, se realizó un análisis del contenido de 133 spots publicitarios dirigidos a niños emitidos en España, Como resultados se obtuvo que predominaron los productos poco saludables 50,4% seguido de los alimentos saludables/ medio saludables 27,10% y la comida “basura” 22,60% de los 133 spots publicitarios solo 67 corresponden a alimentos saludables¹⁰.

Según Sotomayor la televisión que socializa y enseña es un medio de comunicación de masas que está presente en la mayoría de los hogares. Los niños captan con rapidez lo que la televisión muestra y se convierte en un poderoso factor ambiental que influye en conductas, actitudes y valores. Los más pequeños están más más vulnerables a la publicidad. Estos niños son más fáciles de convencer para adquirir algún tipo de alimento¹¹.

Cuanto más bajo sea el nivel educacional y socioeconómico familiar, en especial de la madre cuanto mayor sea la permisividad y la tolerancia de los padres y cuantas más horas vea el niño la televisión habrá un mayor consumo de este tipo de alimentos¹¹.

El sobrepeso y la obesidad están íntimamente relacionados con la alimentación y la calidad de vida de las personas asimismo la Organización Mundial de la Salud (OMS) presenta a la obesidad como un problema de salud pública, donde actualmente no solo abarca al adulto sino también al niño¹².

En las últimas décadas, el número de niños con sobrepeso y obesidad se ha incrementado dramáticamente en el Perú, lo que ha generado que esta patología se convierta en un serio problema de salud pública, asimismo, se observa que los alimentos que más consumen los niños son los que están de moda y cuya propaganda se transmite mediante programas de televisión. Estudios recientes revelan que la mayoría de los escolares dedica gran parte de su tiempo a la computadora o a ver televisión, en los cuales se transmiten programas que pueden influenciar de una u otra manera el consumo de alimentos que con frecuencia son de alto valor energético, basado en grasas saturadas y azúcares simples¹³.

Por otro lado, se puede apreciar que la publicidad está dirigida en su mayor parte a los niños, siendo éstos el grupo más vulnerable, los cuales en los primeros años acepta como cierto todos los mensajes independientemente de su origen. Más de la mitad de la publicidad contiene información errónea, engañosa o ambas, pero que los niños creen como verdadera siendo ellos el principal objetivo hacia el cual van dirigidos la mayoría de los comerciales.

En la actualidad, la prevalencia de enfermedades relacionadas con la alimentación es uno de los problemas de salud más alarmantes en muchos países del mundo, en los cuales la dieta típica está basada en alimentos altos en calorías, grasa saturada, grasas trans, sodio y azúcar agregada. Además, es baja en fibras y en micronutrientes, principalmente proporcionados por vegetales, frutas y granos integrales así como por alimentos ricos en calcio. La persistencia de la obesidad infantil hasta la edad adulta aumenta significativamente el riesgo de padecer diabetes mellitus, enfermedad cardiovascular, hipertensión, colecistitis y colelitiasis¹⁴. En el año 2011 el 24.4%

de los niños entre 5 y 9 años presentaba sobrepeso y obesidad, es decir 1 de cada 4 presentan sobrepeso y obesidad.¹⁵

Para Díaz y cols (2011) el poder de la televisión radica en que combina diferentes lenguajes, oral y visual, pero con reglas propias, que la convierte en una determinada forma de comunicación. La publicidad no solo modifica los gustos, las actitudes y el comportamiento del receptor del mensaje en relación con un producto determinado sino que tiende a modificar el comportamiento social promoviendo el consumo.¹⁶

Para Román y cols, la televisión es un medio de comunicación importante para transmitir y modificar las conductas alimentarias por sus programas o por los anuncios, asimismo la televisión constituye parte del entorno familiar. La tendencia al sobrepeso y obesidad en la infancia es un fenómeno mundial muy bien caracterizado. Con la excepción de algunos países de muy bajos ingresos en la mayoría, el sobrepeso y la obesidad tanto en niños de edad preescolar como escolar ha aumentado, siendo este fenómeno más pronunciado en países desarrollados y en áreas urbanas. La combinación de sedentarismo aunado al aumento de la disponibilidad de alimentos apetecibles, fáciles de preparar y con un alto contenido calórico es un factor que contribuye al desarrollo del sobrepeso en la infancia¹⁷

La importancia de este estudio radica en dar a conocer la magnitud de alimentos no saludables publicitados por televisión que los escolares consumen relacionándolo con su estado nutricional, los resultados podrán servir de base para intervenciones educativas en pro de una alimentación saludable que prevengan enfermedades crónicas.

Asimismo es importante mencionar que el distrito de Mala siendo el lugar en donde se realizó el estudio está ubicado en la costa central del Perú, al sur de lima, en el Km 86 de la Panamericana Sur, pertenece a la provincia de Cañete que se encuentra dentro de la región lima provincias, asimismo cuenta con una población de 27881 habitantes a su vez está conformado por: la comunidad

Campesina de San Marcos de la Aguada y los anexos de: Santa Cruz de la Huaca, San José del Monte, Bujama Alta, Bujama Baja, San Juan de Barcelona, Pampa Dolores, Puente Rey, San José de Salitre, Santa Rosa del Salitre, Santo Cristo y Totoral; los caseríos de Escala Baja, Puente Viejo, Fundo Lumbreras y Santa Enriqueta; la Asociación de Vivienda “27 de diciembre” y el asentamientos minero Mina Condestable.¹⁸

Limita por el Norte: Con los distritos de San Antonio y Santa Cruz de Flores, por el Sur: Con el distrito de Asia en los cerros Campana y Cenizo, por el Este: Con el distrito de Calango, por el Sur – Este: Con el Distrito de Coayllo y por el Oeste: Con el Océano Pacífico.

Presenta un clima subtropical – árido y se caracteriza por ser templado cálido por su cercanía al litoral presenta una excesiva humedad atmosférica, pero sin lluvias regulares y durante el invierno hay cierta nubosidad en la parte alta del distrito que provocan precipitaciones escasas conocidas como “garúas” estas caen con mayor intensidad en las colinas.

Su recurso hídrico es de carácter superficial y subterráneo, las aguas subterráneas extraídas del subsuelo por medio de pozos tubulares y a tajo abierto que se encuentran, generalmente muy cerca de la cuenca del río son aguas de buena calidad para uso agrícola, doméstico e industrial.

Los recursos marinos son abundantes y variados, la pesca que se realiza es artesanal en pequeñas balsas y está orientado fundamentalmente para consumo local.

Los recursos mineros en el distrito de Mala existe un asentamiento minero: llamado Mina Condestable. Por otra parte en relación a la fauna es variada con la crianza de ganado vacuno, ovino, porcino, entre otros. En relación a la producción agrícola se caracteriza por ser una de las actividades más importantes del distrito, siendo la producción de plátano y la manzana los más representativos del distrito.

En el presente estudio no se han encontrado estudios similares que se hayan realizado en escolares en el Distrito de Mala. Por ello siendo Mala un distrito que se caracteriza por ser una zona semiurbano donde los productos procesados o ultra procesados llegan en forma más tardía. Al encontrarse disponibles a los escolares, estos alimentos pasan a formar parte de sus hábitos alimentarios cotidianos, con consecuencias negativas para su estado de nutrición y salud.

II.- OBJETIVOS:

2.1 OBJETIVO GENERAL:

- Determinar la relación entre el consumo de alimentos no saludables publicitados en televisión con el sobrepeso y obesidad en escolares de nivel primaria de una institución Educativa Pública – Distrito de Mala 2016

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar el consumo de alimentos no saludables publicitados en televisión en los escolares.
- Determinar el sobrepeso y la obesidad en los escolares.

III. MATERIALES Y METODOS

3.1.- TIPO DE ESTUDIO:

Estudio Descriptivo, de asociación cruzada, transversal, observacional

3.2.- POBLACIÓN Y MUESTRA

La población estuvo conformada por 136 escolares de ambos sexos matriculados en la Institución Educativa Pública N° 21015 del distrito de Mala-Cañete, del 3° al 6° grado de primaria, turno mañana en el año 2016.

3.2.1.- CRITERIOS DE ELEGIBILIDAD:

- Matriculados en el 2016
- De nivel primario cuyas edades oscilen entre los 8 a 11 años de la Institución Educativa Pública N°21015
- De ambos sexos.
- Que cuenten con la autorización de sus padres para participar en el estudio.

3.2.2.- TAMAÑO DE MUESTRA:

El tamaño de muestra calculado fue de 103 escolares de ambos sexos de la Institución Educativa Pública N° 21015 del distrito de Mala, con un 95% de nivel de confianza, proporción estimada de la población de 50% y un 5% de margen de error, con esto se obtiene el tamaño de muestra mayor.

Para determinar el tamaño de muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 x PxQxN}{(n - 1)x E^2 + Z^2 x PxQ}$$

Donde:

n = Tamaño de muestra

N = población

z = nivel de confianza

p = proporción estimada de la población

q = 1 – p

E = Precisión o error máximo permisible

La muestra calculada fue de 103 escolares

3.2.3.- TIPO DE MUESTREO:

El tipo de muestreo fue no probabilístico la selección de la muestra fue por conveniencia, donde se tuvo en cuenta las características de la población.

3.3.- DEFINICIÓN CONCEPTUAL:

Publicidad:

Se define publicidad como un proceso de comunicación que, a través de medios masivos, persigue como objetivo informar, persuadir, reforzar o recordar acerca de un producto o marca influyendo en su compra o idea. El medio de comunicación por excelencia para la difusión de la publicidad es la Televisión (TV), fuente principal de entretenimiento para los niños en muchos países del mundo. A través de la programación televisiva y la publicidad se pueden reforzar o perjudicar los estilos de vida, sobre todo en la población más joven. Los niños han sido considerados como el público más indefenso ante la persuasión publicitaria, particularmente por su ingenuidad, convirtiéndose, por tanto, en un objetivo publicitario.¹⁹

Alimentos no saludables:

Se denominan así a los alimentos que aportan principalmente calorías, tienen pocos nutrientes y pueden contener sustancias nocivas para la salud pues generalmente se les agrega industrialmente una elevada cantidad de azúcar, sal, grasas trans, grasas saturadas, además de aditivos químicos, colorantes y saborizantes artificiales.²⁰

Alimentos no saludables publicitados en televisión

Son aquellos alimentos con un alto contenido de azúcares, grasas y sal que se transmite en horarios de televisión.²¹

Sobrepeso y obesidad:

El sobrepeso y la obesidad se definen como el exceso de grasa corporal, que induce a un aumento significativo de riesgo para la salud, debido a un desequilibrio prolongado entre la ingestión de calorías y el consumo de energía.¹⁹

3.4 DEFINICIÓN OPERACIONAL DE VARIABLES

VARIABLE	INDICADORES	CATEGORÍAS	PUNTOS DE CORTE	ESCALA DE MEDICIÓN
Consumo de alimentos no saludables publicitados por programas vistos por los escolares	<ul style="list-style-type: none"> Frecuencia de consumo de Gaseosas Frecuencia de consumo de chocolate Frecuencia de consumo de Dulces Frecuencia de consumo de galletas 	<p>Alto</p> <p>Medio</p> <p>Bajo</p>	<p>Número de veces que se consume cualquiera de los alimentos del cuestionario</p> <p>+ 3 veces/día 1-3 veces/día 3p</p> <p>+ 3 veces/sem 3 veces/sem 2p</p> <p>1-2 veces/sem 1p</p> <p>No consume 0p</p>	Ordinal
Sobrepeso y obesidad	IMC/Edad (Niños)	<p>Normal</p> <p>Sobrepeso</p> <p>Obesidad</p>	<p>≥ -1 a $<+1SD$</p> <p>$\geq +1$ a $<+2SD$</p> <p>$>+2SD$</p>	Ordinal

3.5.- TÉCNICAS E INSTRUMENTOS:

Las técnicas empleadas para la realización de la tesis se realizaron en base a una encuesta, para ello se elaboraron instrumentos, para medir el consumo de alimentos no saludables publicitados; y las mediciones antropométricas del peso y la talla.

ENCUESTA DE CONSUMO DE ALIMENTOS:

Se vio la transmisión de todos los programas desde los días lunes hasta los días viernes por un periodo de 3 meses.

En base a los programas vistos por televisión (Anexo 5) se seleccionaron los alimentos no saludables publicitados en relación a los programas de televisión, se presentaron en total 15 alimentos:

- Grupo de las “gaseosas” conformado por: “coca cola”, “inka cola”, “capri sun”, “fanta”, “kola real”.
- Grupo de las “galletas” conformado por: “choco wafer”, “casino”, “morocha”, “ritz”, “club social”, “oreo”.
- Grupo de los “dulces” conformado por: “globo pop”, “bom bom bum”
- Grupo de los “chocolates” conformado por: “sublime”, “Vicio”, “chinchí”

La encuesta de consumo de alimentos estuvo conformada por 3 preguntas las cuales son preguntas cerradas en las cuales se presentaron una serie de gráficos referidos a los alimentos no saludables publicitados por los programas de televisión

Junto a la relación de alimentos no saludables se presentaron tres preguntas, dos preguntas con 4 opciones a marcar en cada una de ellas, acerca del consumo diario y semanal y una pregunta con dos opciones a marcar acerca de si el alimento consumido ha sido visto o no en televisión (anexo 3).

La validación del instrumento se realizó con juicio de expertos, que contó con la participación de docentes de la Escuela Profesional de Nutrición quienes presentaron un amplio dominio del tema y conocimientos relacionados al estudio, los cuales evaluaron cada una de las preguntas.

ANTROPOMETRÍA:

Asimismo también se utilizó como instrumentos:

1. Balanza Digital, marca “Soehnle” para medir la masa corporal (peso) con capacidad máxima de 150 kg con sensibilidad de 100 gr.
2. Tallímetro de Madera de 200 cm; certificado por el Centro Nacional de Alimentación y Nutrición con precisión de 1 mm.

Se realizaron las medidas antropométricas del peso y la talla a cada uno de los niños y niñas siguiendo cada una de las técnicas empleadas por el Manual del antropometrista del Instituto Nacional de Estadística e Informática²².

3.6.- PLAN DE PROCEDIMIENTOS:

Para la aplicación de la encuesta previamente se realizaron las coordinaciones respectivas con el Director del colegio, después de realizadas las coordinaciones posteriormente se conversó con los(as) escolares del, tercer, cuarto, quinto y sexto grado de primaria de la Institución Educativa Pública N° 21015 del distrito de Mala la cual se visitó durante el horario de clase.

Antes de la aplicación de las encuestas se realizó una reunión con los padres de familia, donde se les explicó en consistía el estudio a realizar así como la solicitud del consentimiento informado. Para realización de la encuesta de alimentos no saludables publicitados, adicionalmente, se aplicó una encuesta de los programas más vistos (anexo 2), En las instrucciones de la encuesta se presentó imágenes de tamaño grande de los alimentos no saludables que se publicitan así como una breve explicación de la encuesta posteriormente

con el apoyo de los profesores (as) se realizó la evaluación antropométrica del peso y la talla para así calcular el índice de masa corporal en relación a la edad (anexo 4).

3.7.- ANÁLISIS DE DATOS

Se realizó a través de un análisis estadístico descriptivo. Para la digitación de los datos se utilizó el programa Microsoft Excel versión 2013 asimismo para el análisis estadístico se empleó el programa IBM SPSS STATISTICS versión 22. Para determinar el índice de masa corporal en relación a la edad se empleó el programa WHO ANTHRO PLUS. Versión 1.0.4

Para encontrar la relación entre el consumo de alimentos no saludables publicitados por televisión con el sobrepeso y la obesidad se aplicó la prueba χ^2 con un 95% de nivel de confianza.

Se formaron las categorías de los grupos de alimentos según su frecuencia de consumo:

- Cada alimento según haya sido su frecuencia de consumo tenía un puntaje 0, si nunca se consumió, 1p si se consume 1 o 2 veces a la semana, 2p si se consume 3 veces a la semana o más y 3p si se consume 1 a 3 veces al día o más.
- Para calcular el puntaje de cada grupo de alimentos se sumaron los puntajes de cada uno de los alimentos que componían el grupo.
- En cada grupo de alimento bastaba que uno de ellos o la suma de uno de ellos fuera igual o mayor a 3p para considerar el consumo del grupo de alimentos como alto, con un puntaje acumulado a 2p el alimento presentaba un consumo medio, si la suma era igual a 0 el consumo era bajo, también se consideraban bajo a los alimentos que no fueron consumidos.

3.8.- ÈTICA DEL ESTUDIO

Se explicó a los padres que el estudio no representaba ningún riesgo pues sólo se iba a realizar una encuesta y tomar mediciones no invasivas de peso y talla. Se les indicó que la participación en el estudio no tendría costo alguno y que contribuiría a mejorar los conocimientos sobre la alimentación saludable de sus hijos.

Se aseguró que toda la información obtenida en el estudio sería confidencial y que si no deseaba participar por cualquier razón que podría retirarse con toda libertad sin que esto represente algún gasto. Finalmente se les pidió que concedan su autorización firmando el documento del Consentimiento Informado. Una vez en el colegio se solicitó el asentimiento del niño o niña. (anexo 1).

IV. RESULTADOS

Se analizaron los datos de 103 niños y niñas de 8 a 11 años de edad donde se observó que la mayoría (58%) fueron del sexo masculino. La distribución de los niños de 8, 9, 10 y 11 años fue muy semejante. (Tabla 1)

Tabla 1
Escolares según sexo y por edad
Institución Educativa Publica – Mala 2016

Edad, años	SEXO					
	Femenino		Masculino		Total	
	N	%	n	%	n	%
8	10	9,7	14	13,6	24	23,3
9	14	13,6	14	13,6	28	27,2
10	10	9,7	16	15,5	26	25,2
11	9	8,7	16	15,5	25	24,3
Total	43	41,7	60	58,3	103	100,0

4.1.- Grupo de alimentos no saludables publicitados en televisión

El grupo de alimentos no saludables con mayor publicidad televisiva fueron las “gaseosas” que corresponde a la tercera parte del total de alimentos publicitados en televisión mientras que el grupo que presentó menor publicidad fueron los dulces. (Gráfico 1).

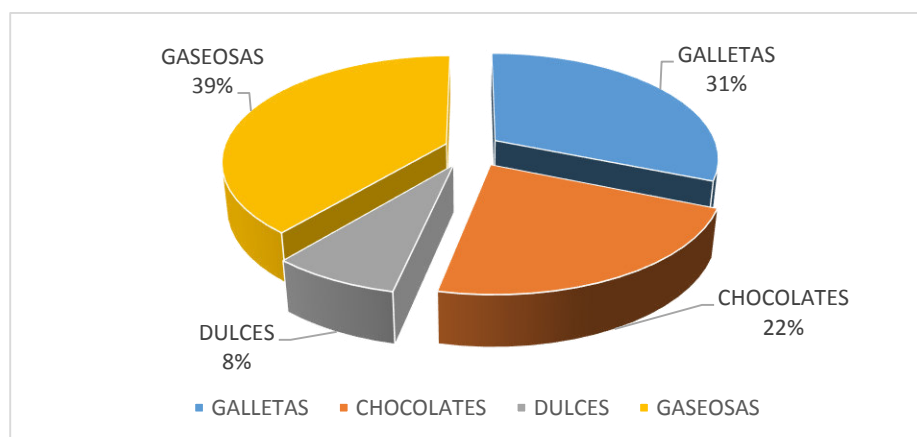


Gráfico 1: Alimentos no saludables con mayor publicidad televisiva
Institución Educativa Publica - Mala 2016

4.2.- Consumo de Alimentos no Saludables publicitados en televisión por los escolares

De los 17 alimentos el grupo de las “gaseosas” y las “galletas” fueron los dos grupos de alimentos que presentaron un mayor consumo, siendo las bebidas gasificadas (95%), galletas con crema (91%), los chupetín dulce (81%) y los chocolates con maní (85%)” los alimentos más consumidos por cada grupo (Gráfico 2)

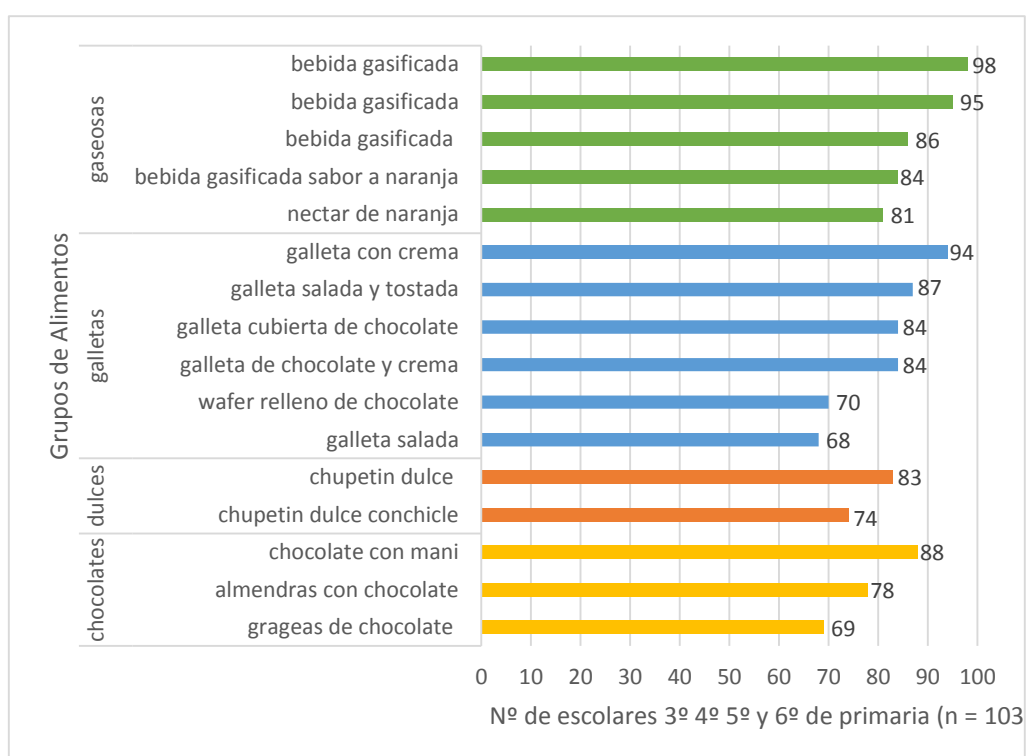


Gráfico 2: Grupos de Alimentos no saludables publicitados en televisión consumidos por escolares Institución Educativa Pública - Mala 2016

Se observó que el consumo alto en los cuatro grupos de alimentos no varió mucho siendo el grupo de “gaseosas” el que presentó un porcentaje mayor al 40%.asimismo también se comparó el consumo medio entre los cuatro grupos de alimentos y se observó que este varía considerablemente en el grupo de “galletas” presentando un porcentaje mayor al 50%. (Gráfico 3)

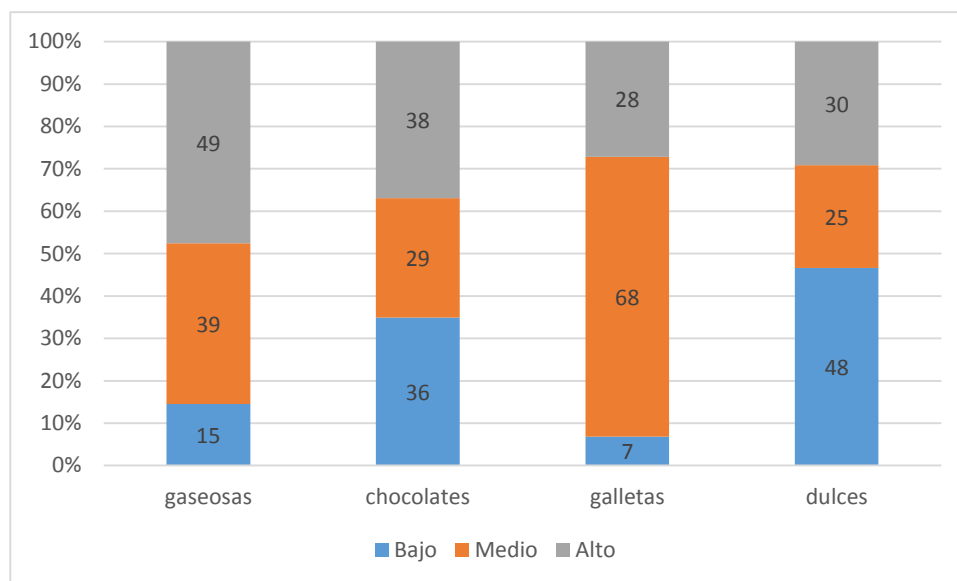


Gráfico 3: Frecuencia de consumo de alimentos publicitados en Televisión por grupo de alimentos en escolares de nivel primario Institución Educativa Pública – Mala 2017

4.3.- Estado Nutricional

Los niños presentaron 31.7% sobrepeso y el 36.7% obesidad (un 68.4% de exceso de Peso). Mientras que las niñas presentaron el 25.6% sobrepeso y el 23.3% obesidad (menor exceso de peso, 48.9%) (Gráfico 4).

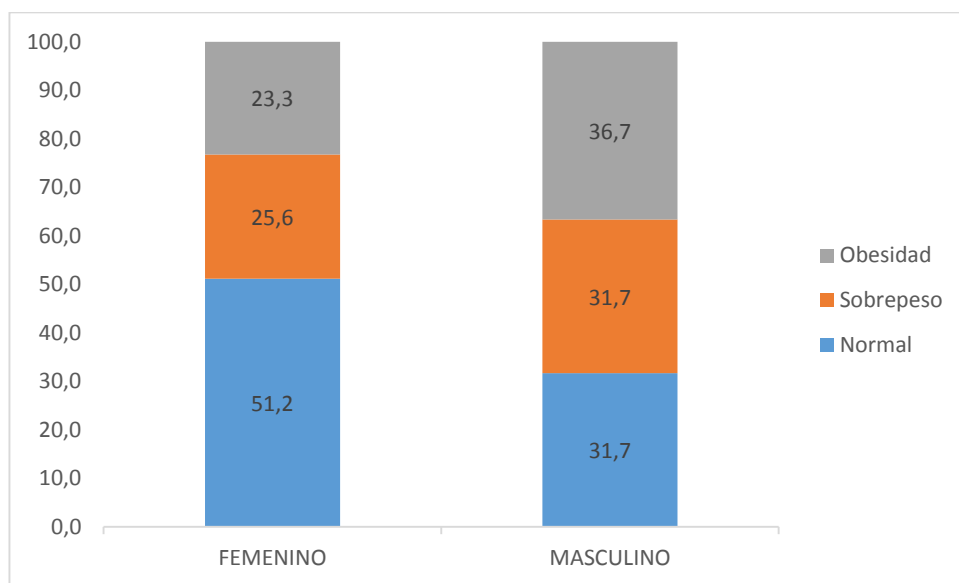
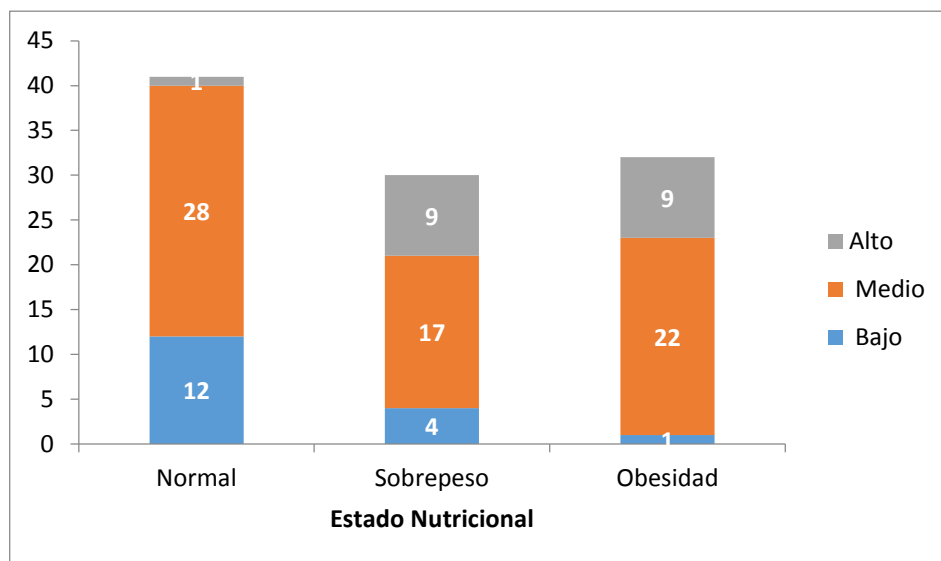


Gráfico 4: Escolares por sexo y según estado nutricional Institución Educativa Pública – Mala 2016

Se comparó el estado nutricional de los escolares con la frecuencia de consumo de los alimentos no saludables más publicitados y se encontró mayor consumo de dicho alimentos en los escolares con sobrepeso y obesidad. Se encontró asociación entre ambas variables ($p= 0.000$). Gráfico 5



Razón de verosimilitudes $P = 0.000$

Gráfico 5 Frecuencia de consumo de alimentos publicitados en Televisión según estado nutricional en escolares de nivel primario Institución Educativa Pública – Mala 2016

V.- DISCUSIÓN:

En la actualidad el sobrepeso y la obesidad es un problema de salud Pública que afecta no solo a la población adulta sino también a los niños, son ellos los que están más propensos a presentar esta patología además de ello la publicidad a la que están expuestos transmite mensajes y/o imágenes de alimentos que son perjudiciales para su salud, es por ello que en el presente estudio se buscó relacionar el consumo de alimentos publicitados con el sobrepeso y la obesidad en escolares de nivel primario de una Institución Educativa Pública del distrito de Mala.

Bourbotte et al en sus estudios en el año 2016 evaluaron el impacto de la publicidad televisiva en la elección de alimentos en 156 estudiantes del 3º, 4º y 5º grado de primaria, ellos encontraron también que la categoría de “Bebidas Hídricas”, “agua” y “agua gasificada” son los más publicitados.²³

En el presente estudio los niños encuestados presentaron un mayor porcentaje de exceso de peso que las niñas por otra parte uno de los grupos de alimentos más consumidos por los niños fueron las “bebidas o gaseosas” lo que tendría relación con la publicidad debido a que este fue uno de los alimentos con mayor publicidad, asimismo estudios realizados por Ortiz et al en el año 2015 obtuvo que los alimentos más consumidos fueron los cereales con azúcar con un 47%, seguidos de los snacks con un 12,1% y por ultimo las gaseosas con un 5.3%²⁴.

Estos resultados difieren mucho de los obtenidos por otros autores como Olivares y col realizados en México en alumnos de 5º a 8º grado en el año 2003 donde se encuentra que los alimentos más consumidos son los “snacks”, las “galletas” y los “chocolates”²⁵. Difieren también con el estudio de Cerdas y col (2014) en escolares 7 a 14 años de Venezuela, en dicho trabajo los alimentos más consumidos fueron las bebidas gaseosas por el 78% de los participantes seguido de las galletas saladas por el 65% y los helados por el 42%, también

en su estudio el 54,6% de niños y niñas de 7 a 10 años presento exceso de peso porcentajes muy parecidos al de este estudio y donde también son los niños los que presentan un mayor porcentaje de exceso de peso que las niñas.²⁶ Asimismo Rojas y cols (2013) realizaron un estudio para determinar la influencia de la publicidad en el consumo de alimentos en niños de 9 y 12 años, los resultados que obtuvieron fueron que los escolares veían televisión en promedio más de 7 horas diarias, donde los alimentos más consumidos también fueron las bebidas azucaradas y las galletas.²⁷

Donde si se encontraron resultados parecidos hallados en nuestro estudio fue en los estudios realizados por Crovetto en Chile en el año 2016 acerca de la frecuencia, duración y contenido nutricional de cada publicidad donde se observaron un total de 392 horas de programación televisiva de las cuales el 24% fue publicidad alimentaria aquí también se observa que el mayor grupo con un mayor frecuencia publicitaria fue el de las bebidas o gaseosas con un 47%.²⁸

Se encontró relación significativa entre el consumo de alimentos no saludables y la prevalencia del sobrepeso y la obesidad, lo que se relacionaría con investigaciones realizadas por Rossi, quién encontró que hay asociación significativa entre ver televisión y la obesidad además de que a mayor tiempo viendo televisión es menor el consumo de frutas y verduras, y mayor el consumo de alimentos con alta densidad energética y bebidas azucaradas.²⁹

También se obtuvo como resultado que más del 60% de los niños presentaron exceso de peso donde el 31,7% presentó sobrepeso mientras que el 36,7% obesidad, si bien la muestra fue mayor así como el grupo de edad estudios realizados por López et al en Chile en el año 2012 a 45 niños y niñas de 3 a 6 años de edad, tuvieron resultados muy parecidos, se buscó relacionar el tiempo de ver televisión con el estado nutricional donde se obtuvo que el 58% de los niños presentó exceso de peso de los cuales el 18% presentó obesidad³⁰, asimismo Pajuelo y col (2005) estudiaron las características y horas de ver televisión en niñas de 6 años, en una muestra de 94 niñas, para ello

determinaron el estado nutricional mediante el Índice de Masa Corporal (IMC), se aplicaron encuestas alimentarias así como las horas dedicadas a ver televisión y se demostró que las niñas obesas que permanecían un mayor tiempo viendo televisión tenían una mayor ingesta y una menor pérdida energética que la niña normal.³¹

VI. CONCLUSIONES:

- Los alimentos no saludables con mayor publicidad fueron las “gaseosas” y las “galletas”
- Los alimentos no saludables publicitados que fueron más consumidos por los escolares también fueron las “gaseosas” y las “galletas”.
- Según la frecuencia de consumo el consumo alto no varió mucho en los cuatro grupos de alimentos donde el grupo de las gaseosas presentó una frecuencia de consumo alta con un porcentaje mayor al 40%, mientras que el consumo medio si presentó una notable variación en los cuatro grupos de alimentos con un porcentaje mayor al 60% en el grupo de las galletas.
- Más del 60% del total de niños presentaron exceso de peso a diferencia de las niñas lo que representa un riesgo alto para la salud a temprana edad.
- Por otra parte se encontró una asociación significativa entre el consumo de alimentos publicitados y el exceso de peso en los escolares.

VII. RECOMENDACIONES:

- Es necesario realizar mayores investigaciones enfocadas en relación a los factores que influyen en los hábitos alimentarios con el fin de disminuir la prevalencia del sobrepeso y obesidad en niños y niñas de nivel primario
- Se debe promover la alimentación saludable por medio de charlas y/o sesiones demostrativas en los colegios donde se involucre la participación tanto de los docentes así como los padres de familia y los escolares para así poder incentivar un mayor y adecuado consumo de alimentos saludables por medio de loncheras escolares nutritivas.
- Mala es un distrito que no cuenta con quioscos saludables por lo que el estado o el ministerio de educación debe brindar el apoyo necesario para la implementación de quioscos saludables en zonas ubicadas en provincia.
- Implementar un plan en conjunto con las autoridades del distrito de Mala mediante el cual se pueda desarrollar campañas acorde a la alimentación del niño o niña en edad escolar

VIII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

1. Mehta K. Obesidad infantil: El precio inaceptable del éxito publicitario. 2007 Rev común; 52(2):38 – 40.
2. Rodríguez Rossi R. La obesidad infantil y los efectos de los medios electrónicos de comunicación. 2006 Artículo de Rev;2(8): 95-98
3. Meléndez Guillermo. Factores asociados con el sobrepeso y obesidad en el ambiente escolar. México Editorial Panamericana 2008 pàg 55 – 66
4. Tucci Sonia. Efecto de los comerciales de Televisión en la escogencia y consumo de alimentos en los niños Rev Venez Endocrinol Metab 2010; 8(1): 11-18.
5. Ureña Trigueros C. Conceptos Básicos de Obesidad y la niñez en la adolescencia. Revista Médica de Costa Rica y Centroamérica. 2008;65 (586):31-35.
6. Martínez L, García P, Aguilar R. Asociación sobrepeso-obesidad y tiempo de ver televisión en preescolares. Ciudad fronteriza Noreste de México. Revista Enfermería Universitaria. 2011; 8(2):12-17.
7. Moreno A, Toro L. La Televisión mediadora entre consumismo y obesidad; Rev Chil Nutr. 2009; (1):46 – 52.
8. Pérez A, Rivera J, Hernández L. Publicidad de alimentos en la programación de la televisión mexicana: ¿Los niños están expuestos? Rev Salud Pública Mex. 2010; 52(2) 119 -130.
9. Chueca M, Azcona C, Oyarzabal M. Obesidad Infantil ANALES Sis San Navarra 2002; 5:127 – 128.

10. Gonzales C. La publicidad dirigida a niños en el sector de la alimentación: un estudio atendiendo al tipo de producto. *Historia y Comunicación Social* 2008 Rev Esp;18:175 – 100
11. Sevillano, M. L., & Sotomayor, A. Publicidad de alimentos y el consumo de los mismos por estudiantes en Huánuco. *Rev Comunicar* 2012; 39: 177-184.
12. Ministerio de salud, Instituto nacional de salud Centro de información y documentación científica. Relación entre obesidad infantil y tiempo de inactividad física en escolares de lima metropolitana. Serie de informes Técnicos: 89
13. Martínez Rodrigo S. Los niños ante la publicidad Televisiva. *Rev común* 2005; 1: 200 – 209.
14. Menendez García R, Franco Diaz. Publicidad y alimentación influencia de los anuncios gráficos en las pautas alimentarias de infancia y adolescencia *Nut Hosp* 2009; 24(3); 318 – 325.
15. Álvarez - Dongo D, et al. Sobrepeso y obesidad: Prevalencia y determinantes sociales del exceso de peso en la población peruana. *Rev Perú med Exp Salud Pública* 2012; 29(3):303-13.
16. Díaz G, Souto M, Gascón C. Efecto de la publicidad de alimentos anunciados en la televisión sobre la preferencia y el consumo de alimentos. *Nutr Hosp*. 2011; 26(6):1250-1255.
17. Román V, Quintana M. Nivel de influencia de los medios de comunicación sobre la alimentación saludable en adolescentes de colegios públicos de un distrito de Lima; *An Fac Med* 2010; 71(3):185 – 187.
18. Plan de desarrollo local concertado [Base de datos en internet]. Mala: Municipalidad distrital de Mala [actualizado 2010; acceso 10 de junio del 2017]. Disponible en: <http://munimala.gob.pe/wp-content/uploads/2011/06/ESTUDIO-DE-LINEA-BASE-PDLC.pdf>

19. Sánchez C, Pichardo O. Epidemiología de la obesidad. *Gac Med Mex* 2004; 140 (2): 3-20.
20. García Redondo J, Hita García I. La influencia de la publicidad en la salud de la población infantil. *Rev Esp común Salud*. 2011; 2(2): 87-96.
21. Publicidad de alimentos y bebidas dirigidas a la infancia. [Base de datos en internet]. México: Alianza por la salud alimentaria [actualizado 2014; acceso 23 de febrero del 2018]. Disponible en: http://alianzasalud.org.mx/wp-content/uploads/2014/04/Publicidad-de-Alimentos-y-Bebidas-Dirigida-a-la-Infancia_Estrategias-de-la-Industria.pdf
22. Manual de la Antropometrista. [Base de datos en internet]. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática [actualizado 2012; acceso 28 de enero del 2018]. Disponible en: <http://proyectos.inei.gob.pe/web/biblioineipub/bancopub/Est/Lib1075/Bddatos/Documentos/Manuales/MANUAL%20DE%20LA%20ANTOPOMETRISTA%202012.pdf>
23. Bourbotte, S, et al. Influencia de la publicidad televisiva en la elección de alimentos en escolares. Importancia de la educación nutricional. *Revista FABICIB*, 2016; 20(1): 92-101.
24. Ortiz P, Molina F, Martínez B, Córdova M, R (2015). Contenido nutricional de los alimentos promovidos por el Canal 5 de la televisión mexicana dirigidos a la población infantil. *Revista chilena de nutrición*, 2015; 42(3), 260-266.
25. Olivares, S., Yáñez, Díaz, R. Publicidad de alimentos y conductas alimentarias en escolares de 5º a 8º básico. *Revista chilena de nutrición*. 2003 30(1), 36-37.
26. Cerda M. Ortega C Rivas J. Las horas pantalla se asocian al consumo de alimentos de elevada densidad calórica, sobrepeso, obesidad y

- sedentarismo en niños venezolanos. *Rev Esp Nutr Comunitaria*, 2014; 20(3): 78-84.
27. Rojas E, Pérez D. Influencia de la publicidad televisiva peruana en el consumo de alimentos no saludables en escolares de 4º a 6º primaria. *An Fac Med*. 2013;74(1):21-26
28. Crovetto M., Coñuecar S. Publicidad alimentaria según grupos y subgrupos de alimentos en la televisión de Chile. *Nutrición Clínica y Dietética Hospitalaria*, 2016; 36(1), 41-53.
29. Rossi E, Ovenhausen D, Guedes F, Altenbura M, Di Pietro P. Influencia de la Televisión en el consumo alimentario y la obesidad en adolescentes: una revisión sistemática. *Rev. Nutr.*, Campinas, 2010; 23(4):607-620.
30. López M, Llanos I, Díaz J. La televisión y su relación con el estado nutricional y frecuencia de consumo en niños de un conjunto habitacional de Talca, Chile. *Revista chilena de nutrición*, 2012; 39(4): 129-134.
31. Pajuelo R, Bernui I, Quiroz G, Características alimentarias y horas de ver televisión en niñas de 6 años, obesas y normales *Consensus* 2006; 9 (7): 19 – 22.

ANEXOS

ANEXO 1

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Relación entre el consumo de Alimentos no saludables publicitados en televisión con el sobrepeso y obesidad en escolares de primaria de una Institución Educativa Publica – Distrito de Mala 2016

Propósito:

Actualmente los medios de televisión transmiten programas en los que se publicitan alimentos no saludables que pueden contribuir al sobrepeso y la obesidad por lo cual se está realizando un estudio para saber cuál es la relación entre el consumo de alimentos no saludables publicitados en televisión con el sobrepeso y obesidad.

Participación:

Para hacer posible este propósito es necesaria la participación libre de los participantes. Si usted permite que hijo (a) participe en el estudio, únicamente se le van a realizar preguntas respecto al consumo de alimentos así como los programas que ven.

Riesgo del Estudio:

Este estudio no representa ningún riesgo para su hijo, es anónimo. Para su participación sólo es necesario su autorización.

Beneficios del Estudio:

Es importante señalar que con su participación estará contribuyendo a mejorar los conocimientos sobre la alimentación de su niño.

Costo de la Participación:

La participación en el estudio no tiene ningún costo para su hijo y para usted. La toma de las encuestas así como la medición del peso y la talla se realizarán con la autorización del colegio, sin perjudicar los estudios de su menor hijo(a).

Confidencialidad:

Toda la información obtenida en el estudio es completamente confidencial, solamente los miembros del equipo de trabajo conocerán los resultados y la

información. A cada participante se le asignará un número de manera que el nombre del participante quedará en total confidencialidad.

Requisitos de Participación:

Los posibles candidatos/ candidatas deberán ser niños de 8, 9 y 10 años. Al aceptar la participación deberá firmar este documento llamado consentimiento, con lo cual autoriza y acepta la participación en el estudio voluntariamente. Sin embargo, si usted no desea que su menor hijo(a) participe en el estudio, puede retirarse con toda libertad sin que esto represente algún gasto, pago o consecuencia negativa por hacerlo.

Declaración Voluntaria:

Habiendo sido informado(a) del objetivo del estudio, he conocido los riesgos y la confidencialidad de la información obtenida. Entiendo que la participación en el estudio es gratuita. Tengo conocimiento también de la forma de cómo se realizará el estudio y de cómo se tomarán las mediciones. Estoy enterado(a) que puedo participar o no continuar en el estudio en el momento en el que lo considere necesario o por alguna razón específica, sin que esto represente que tenga que pagar, o por alguna represalia por parte del colegio o del equipo.

Por lo anteriormente expuesto acepto participar voluntariamente en la investigación de:

Relación entre el consumo de Alimentos no saludables publicitados en televisión con el sobrepeso y obesidad en escolares de primaria de una Institución Educativa Publica – Distrito de Mala 2016

Apellidos y Nombres del padre o apoderado

DNI: _____ Firma: _____ Fecha: ____ / ____ /
2017

Nombre del Niño(a): _____ **DNI:** _____

Fecha de Nacimiento: ____ / ____ / ____

ANEXO 2

ENCUESTA DE PROGRAMAS MÁS VISTOS EN TELEVISIÓN

El Objetivo de esta encuesta es conocer cómo se relaciona la publicidad transmitida por los programas de televisión con el consumo de alimentos en niños de tu misma edad.

¡GRACIAS POR TU PARTICIPACIÓN!

Nº ____

¿Cuántos añitos tienes? : ____

Grado y sección: ____

Sexo: ____

Edad: ____

Peso: ____

Talla: ____

INSTRUCCIONES

Marca con un aspa (X) en el recuadro si ves o no el programa cuya figura está en la lista



Si	No
----	----



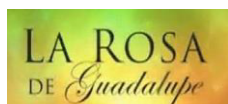
Si	No
----	----



Si	No
----	----



Si	No
----	----



Si	No
----	----



Si	No
----	----



Si	No
----	----



Si	No
----	----



Si	No
----	----



Si	No
----	----



Si	No
----	----



Si	No
----	----



Si	No
----	----



Si	No
----	----

ANEXO 3

ENCUESTA DE CONSUMO DE ALIMENTOS

El Objetivo de esta encuesta es conocer cómo se relaciona la
publicidad transmitida por los programas de televisión con el
consumo de alimentos en niños de tu misma edad.

¡GRACIAS POR TU PARTICIPACIÓN!

Nº _____

¿Cuántos añitos tienes? : _____

Grado y sección: _____







Sexo: _____

Edad: _____









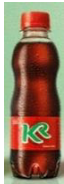
Peso: _____

Talla: _____

Marca con un aspa (X) en el recuadro según las veces que consumas a la semana o cuantas veces al día consumes el alimento cuya figura está en la lista y si lo viste o no en televisión

	<i>Cuantas veces a la semana Consumes</i>	<i>Cuantas veces al día Consumes</i>	<i>¿Lo viste en Televisión?</i>
	<input type="text" value="0"/> <input type="text" value="1"/> <input type="text" value="2"/> <input type="text" value="3 - 6"/>	<input type="text" value="1"/> <input type="text" value="2"/> <input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="si"/> <input type="text" value="no"/>
	<input type="text" value="0"/> <input type="text" value="1"/> <input type="text" value="2"/> <input type="text" value="3 - 6"/>	<input type="text" value="1"/> <input type="text" value="2"/> <input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="si"/> <input type="text" value="no"/>
	<input type="text" value="0"/> <input type="text" value="1"/> <input type="text" value="2"/> <input type="text" value="3 - 6"/>	<input type="text" value="1"/> <input type="text" value="2"/> <input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="si"/> <input type="text" value="no"/>
	<input type="text" value="0"/> <input type="text" value="1"/> <input type="text" value="2"/> <input type="text" value="3 - 6"/>	<input type="text" value="1"/> <input type="text" value="2"/> <input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="si"/> <input type="text" value="no"/>
	<input type="text" value="0"/> <input type="text" value="1"/> <input type="text" value="2"/> <input type="text" value="3 - 6"/>	<input type="text" value="1"/> <input type="text" value="2"/> <input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="si"/> <input type="text" value="no"/>
	<input type="text" value="0"/> <input type="text" value="1"/> <input type="text" value="2"/> <input type="text" value="3 - 6"/>	<input type="text" value="1"/> <input type="text" value="2"/> <input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="si"/> <input type="text" value="no"/>

“Relación entre el consumo de alimentos no saludables publicitados en televisión con el sobrepeso y obesidad en escolares de primaria de una Institución Educativa Pública – Distrito de Mala 2016”

	<i>Cuántas veces a la semana Consumes</i>				<i>Cuántas veces al día Consumes</i>			<i>¿Lo viste en Televisión?</i>	
	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3 - 6"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="si"/>	<input type="text" value="no"/>
	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3 - 6"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="si"/>	<input type="text" value="no"/>
	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3 - 6"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="si"/>	<input type="text" value="no"/>
	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3 - 6"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="si"/>	<input type="text" value="no"/>
	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3 - 6"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="si"/>	<input type="text" value="no"/>
	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3 - 6"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="si"/>	<input type="text" value="no"/>
	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3 - 6"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="si"/>	<input type="text" value="no"/>
	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3 - 6"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="si"/>	<input type="text" value="no"/>
	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3 - 6"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="si"/>	<input type="text" value="no"/>

ANEXO 4
FICHA DE DATOS ANTROPOMETRICOS

CODIGO	
SEXO	
FECHA DE NACIMIENTO	
PESO	
TALLA	

. ANEXO 5

TOTAL DE PROGRAMAS VISTOS POR ESCOLARES INSTITUCIÓN EDUCATIVA PUBLICA - MALA 2016

